

# VU Research Portal

## Dichtbij Marco: Over de ritualisering van nabijheid in het celebritytijdperk

Reijnders, S.; Spijker, Marlies; Roeland, J.H.

### ***published in***

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap  
2012

### ***document version***

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

### ***citation for published version (APA)***

Reijnders, S., Spijker, M., & Roeland, J. H. (2012). Dichtbij Marco: Over de ritualisering van nabijheid in het celebritytijdperk. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 40(2), 116-134.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

### **E-mail address:**

[vuresearchportal.ub@vu.nl](mailto:vuresearchportal.ub@vu.nl)

Stijn Reijnders, Marlies Spijker &amp; Johan Roeland\*

# Dichtbij Marco. Over de ritualisering van nabijheid in het celebritytijdperk

*Het organiseren van meet-and-greets is voor veel celebrities een vast onderdeel van hun publieksoptreden geworden. Weinig is nog bekend over de vraag hoe de populariteit van dergelijke ontmoetingen verklaard kan worden. Waarom hechten fans waarde aan een direct contact met hun idool? Om een antwoord te vinden op deze vraag, is een etnografisch onderzoek uitgevoerd naar meet-and-greets met zanger Marco Borsato.*

## Inleiding

In de deuropening verschijnt Marco Borsato, Nederlands bekendste zanger. Met een warme glimlach loopt hij de ruimte binnen en treedt de aanwezige familie tegemoet. Hij weet wat er speelt. Zojuist heeft zijn fanmanager hem ingelicht over de terminale ziekte waar de dochter van de familie aan lijdt. Haar wens is om nog één keer Marco Borsato – haar grote idool – te ontmoeten. Borsato slaat een arm om het meisje en knikt naar haar ouders. Er volgt een kort gesprek en na enkele minuten verdwijnt de zanger weer. De familie met het zieke meisje is zichtbaar opgelucht. Ze verlaten de kamer aan de achterzijde, om ruimte te maken voor een volgend gezelschap. Het betreft een jong stel dat precies een jaar geleden zijn baby heeft verloren.

Met vaste regelmaat organiseren Borsato en zijn management zogenaamde *meet-and-greets*: bijeenkomsten die fans in de gelegenheid stellen om hun idool persoonlijk te ontmoeten. Soms betreft het kleinschalige, intieme aangelegenheden, bestemd voor fans die – in de woorden van Borsato's fanmanager – wat extra steun kunnen gebruiken.<sup>1</sup> In andere gevallen betreft het grootschalige, feestelijke evenementen, waarbij het individuele contact met Borsato beperkt blijft tot oogcontact, een handdruk of een enkele groet. Hoewel dergelijke ontmoetingen onderling sterk

\* Dr. Stijn Reijnders is universitair hoofddocent in Cultureel Erfgoed aan de Erasmus School of History, Communication and Culture. Contactgegevens: Erasmus Universiteit Rotterdam, L2020, Postbus 1738, 3000 DR Rotterdam, E-mail: reijnders@eshcc.eur.nl, tel.: 06-46638998.

Drs. Marlies Spijker is oud-student Kunst- en Cultuurwetenschappen aan de Erasmus School of History, Communication and Culture. Contactgegevens: Erasmus Universiteit Rotterdam, Postbus 1738, 3000 DR Rotterdam.

Dr. Johan Roeland is universitair docent in Media, Religie en Cultuur aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Contactgegevens: De Boelelaan 1105, 1081 HV Amsterdam.

verschillen, hebben zij één kenmerk met elkaar gemeen: voor even staat de fan oog in oog met zijn idool.

## Meet-and-greets

De *meet-and-greets* met Borsato vormen geen op zichzelf staand geval. Steeds vaker worden er, zowel in Nederland als daarbuiten, ontmoetingen georganiseerd tussen celebrities en fans. Deze *meet-and-greets* zijn voor veel celebrities een vast onderdeel van hun publieksoptreden geworden. Weinig is nog bekend over de vraag hoe de populariteit van dergelijke ontmoetingen verklaard kan worden. Waarom worden *meet-and-greets* eigenlijk georganiseerd? Wat gebeurt er precies tijdens een ontmoeting? En waarom hechten fans zoveel waarde aan het directe contact met hun idool?

In dit artikel presenteren wij de resultaten van een verkennend etnografisch onderzoek naar *meet-and-greets*. Vertrekpunt voor dit onderzoek vormt de gedachte dat celebrities een belangrijke rol vervullen in de huidige samenleving. Niet alleen zijn celebrities alomtegenwoordig in de entertainmentsector; ook andere publieke domeinen zoals politiek en sport hebben sinds enkele jaren te maken met een proces van ‘celebrification’, waarbij de celebritywaarde van een politicus of sportman ten dele zijn succes is gaan bepalen (Rojek, 2001; Van Zoonen, 2005). In de beleving van het publiek behoren deze celebrities tot een andere wereld. Dat is immers wat hen tot celebrity maakt: het feit dat zij ‘anders’ zijn en in een dichotomische relatie staan tot ‘gewone mensen’ (Holmes, 2005). Er zijn echter momenten waarop deze kloof tijdelijk wordt overbrugd, bijvoorbeeld tijdens de eerdergenoemde *meet-and-greets*. In dit artikel wordt onderzocht welke betekenis fans aan een dergelijke ontmoeting verlenen.

In navolging van Reijnders (2011) veronderstellen wij dat de huidige samenleving in verregaande mate is gemedialiseerd, maar dat deze medialisering op paradoxale wijze heeft geleid tot een situatie waarin de directe, niet-gemedieerde ervaring met personen, objecten of plaatsen uit de media een belangrijke symbolische waarde heeft verkregen. Het is op deze momenten, zo stellen wij, dat de door de media geschapen virtuele werkelijkheid wordt gekoppeld aan de eigen ervaringswereld en mediacultuur letterlijk een ‘plaats’ krijgt binnen het alledaagse leven. Dergelijke momenten bieden de onderzoeker de mogelijkheid zicht te krijgen op de rol en betekenis van media voor de hedendaagse samenleving.

Over de vraag hoe dergelijke processen van toe-eigening in de praktijk precies verlopen, tasten we grotendeels in het duister. Er zijn verschillende studies verschenen over zowel celebritycultuur (e.g. Dyer, 1987; Marshall, 1997; Rojek, 2001; Holmes & Redmond, 2006) als fancultuur (e.g. Jenkins, 1992; Hills, 2002; Sandvoss, 2005), maar empirisch onderzoek naar concrete ontmoetingen tussen celebrities en fans is uiterst zeldzaam. Het weinige dat we weten is bovendien gebaseerd op een beperkt aantal studies uit de Verenigde Staten (Gamson, 1994; Ferris, 2001, 2004). Meer in het algemeen vertonen fanstudies nog steeds een sterke Angelsaksische

*bias* (Ferris, 2010; De Kloet & Van Zoonen, 2007; Van den Bulck & Van Gorp, 2011). Om hier verandering in te brengen, wordt in dit artikel een etnografisch onderzoek gepresenteerd naar *meet-and-greets* in Nederland. Gekozen is voor *meet-and-greets* met Marco Borsato vanwege zijn populariteit en grootschalige achterban. Wij hebben drie *meet-and-greet*-sessies bijgewoond, de verantwoordelijke fanmanager gesproken en interviews gehouden met vijftien fans die aan deze evenementen deelnamen.

In dit artikel zullen de resultaten van het veldwerk gepresenteerd worden. Om richting te geven aan de analyse, dient echter eerst een theoretisch kader te worden geschapen. Zoals gezegd bestaan er nog geen uitgewerkte theorieën over *meet-and-greets* of andersvormige ontmoetingen tussen fans en celebrities. Wel bieden bestaande studies naar de rituele dimensie van mediacultuur een goed vertrekpunt.

### Rituelen in een mediacultuur

Onder invloed van postmoderne filosofieën over hyperrealiteit (Baudrillard, 1981) en deterritorialisering (Deleuze & Guattari, 1988) is in de laatste decennia voornamelijk aandacht besteed aan het virtuele karakter van mediacultuur. Gesteld wordt dat de opkomst van de moderne media een proces van *space-time compression* op gang heeft gebracht (Harvey, 1990). Dit zou hebben geleid tot een samenleving waarin het fysiek-materiële, ruimtelijke karakter van de menselijke cultuur minder belangrijk is geworden.

Recentelijk zijn vraagtekens geplaatst bij deze gedachtegang. Diverse auteurs hebben betoogd dat de medialisering van de samenleving geen eenduidig en allesomvattend proces is, maar grillig verloopt en ook nooit volledig zal zijn (Morley, 2001; Couldry & McCarthy, 2004; Couldry, 2008). De media scheppen weliswaar een virtuele werkelijkheid, maar deze virtuele werkelijkheid heeft veel raakvlakken en is onlosmakelijk verbonden met de empirische, tastbare realiteit. Op vergelijkbare wijze stelt Reijnders (2011), in een onderzoek naar mediatoerisme, dat er weliswaar gesproken kan worden van een medialisering van de samenleving, maar dat deze medialisering heeft geleid tot een situatie waarin de directe, ongemedieerde ervaring een bijzondere en onvervangbare waarde heeft verkregen. Doordat media zo belangrijk zijn geworden in het alledaagse leven, is er sprake van een groeiende behoefte aan een onbemiddelde, zintuiglijke waarneming van personen, objecten of plaatsen die men oorspronkelijk kent uit de media (Reijnders, 2011).

Deze directe ervaringen met de mediale werkelijkheid zijn omgeven met culturele taboes. Normaliter zijn beide werelden immers categorisch van elkaar gescheiden. Zoals de Amerikaanse antropoloog John Caughey stelt, leven mensen in de moderne samenleving doorgaans in twee verschillende werelden. Enerzijds begeven zij zich in de 'echte' wereld: een zintuiglijk waarneembare realiteit, omsloten door tijd en plaats. Anderzijds bestaat er een wereld van verbeelding: een samenhangend complex van verhalen, beelden en personages dat, zo stelt Caughey, primair gevoed

wordt door de media. Volgens Caughey zijn beide werelden over het algemeen sterk van elkaar gescheiden. Zij vallen slechts af en toe samen – wat, in lijn met Caughey, mogelijk ook geldt voor de eerdergenoemde *meet-and-greets*. Dergelijke momenten worden door betrokkenen als waardevol maar tegelijkertijd als bevreemdend ervaren, aldus Caughey, omdat zij twee transformaties in zich verenigen: het alledaagse wordt voor even bijzonder en tegelijkertijd wordt het vreemde en onbekende juist genormaliseerd (Caughey, 1984).

Een dergelijke gedachtegang roept het klassieke werk uit de symbolische antropologie in herinnering, in het bijzonder twee studies van Clifford Geertz en Victor Turner. In *The interpretation of cultures* (1973) stelt Geertz dat elke cultuur is opgebouwd uit symbolische, dichotomische categorieën als goed-kwaad, veilig-bedreigend en mannelijk-vrouwelijk. Ondanks dat deze categorieën in wezen geconstrueerd zijn en verschillen per samenleving, worden zij door leden van een samenleving veelal beschouwd als een universele waarheid, aldus Geertz. Wanneer nu bepaalde verschijnselen tijdelijk buiten het categoriseringssysteem vallen – of in de woorden van Victor Turner (1967) *‘betwixt and between’* zijn – dan worden zij al snel als ambigu en bedreigend ervaren. Deze verschijnselen zijn immers niet alleen een losstaande anomalie, maar vormen ook een potentiële aantasting van het onderliggende culturele systeem. Een sprekend voorbeeld is de in veel samenlevingen voorkomende afkeer van homoseksualiteit, een afkeer die ten dele verklaard kan worden vanuit het feit dat homoseksualiteit alleen al door haar aanwezigheid bestaande, heteronormatieve stereotypen over mannelijkheid en vrouwelijkheid minder vanzelfsprekend maakt.

Ook ontmoetingen tussen celebrities en fans kunnen worden beschouwd als *‘betwixt and between’*. Deze ontmoetingen vormen immers een aantasting van het gangbare onderscheid tussen celebrities en fans, tussen het buitengewone en het gewone, tussen mensen mét en mensen zónder een opvallende sociale status (Ferris, 2001, 2004). Wat wij in dit artikel willen beargumenteren, is dat de potentiële dreiging die hiervan uitgaat, gekanaliseerd en gepacificeerd wordt door aan de ontmoetingen tussen celebrities en fans een sterk ritueel karakter te verlenen. Met andere woorden: *meet-and-greets* zijn geritualiseerde ontmoetingen waarbij de tegenstelling tussen celebrities en ‘gewone mensen’ wordt opgevoerd en – aan de hand van een vast protocol – tijdelijk wordt overbrugd.

De vraag is welke betekenis deze geritualiseerde ontmoetingen hebben voor de betrokken partijen, zoals de celebrity en de fans. Het is verleidelijk om de *meet-and-greet* simpelweg te zien als een instrument voor celebritymanagement. Dergelijke ontmoetingen zouden, met andere woorden, slechts de suggestie wekken dat de afstand tussen celebrity en fan overbrugd zou worden; impliciet wordt deze afstand echter juist bevestigd – wat uiteindelijk het belang van het management zou dienen. Tot een dergelijke conclusie komt de Britse communicatiewetenschapper Nick Couldry in zijn studie naar ‘mediarituelen’. Hoewel Couldry niet expliciet spreekt over *meet-and-greets*, kan zijn benadering van mediarituelen goed worden toegepast op deze ontmoetingen. Mediarituelen zijn volgens Couldry geformaliseerde hande-

lingspatronen, waarbij de grens tussen 'binnen' en 'buiten' de media centraal staat. Een Couldriaanse interpretatie van *meet-and-greets* zou stellen dat er sprake is van een ritueel waarbij de symbolische grens wordt gemarkeerd tussen celebrity en fan, of tussen personen 'binnen' en 'buiten' de media. Door deze symbolische grens te markeren vormt de *meet-and-greet* impliciet een herbevestiging van de symbolische autoriteit van de desbetreffende celebrity en – zo zou Couldry benadrukken – het onderliggende celebritysysteem (Couldry, 2003).

Wij verwachten dat de betekenis van *meet-and-greets* minder eenduidig is dan op basis van Couldry's benadering zou worden verondersteld. Statusbevestiging zal zeker een belangrijke rol spelen in de *meet-and-greet*, maar hier hoeft niet enkel en alleen sprake van te zijn. De *meet-and-greet* vormt een culturele aangelegenheid waar diverse partijen bij betrokken zijn, in het bijzonder fans, celebrities en mediaorganisaties, die ieder met een eigen motief en perspectief deelnemen. De betekenis van een cultureel fenomeen resulteert uit een proces van toe-eigening en onderhandeling, zo stellen wij in navolging van de cultuurwetenschappers Chartier (1984) en De Certeau (1984), waarbij de wensen en belangen van betrokken publieksgroepen dus ook nadrukkelijk moeten worden meegewogen. Om inzicht te verwerven in deze wensen en belangen is het noodzakelijk om de culturele praktijk van de *meet-and-greet* nader te onderzoeken.

## Methode

Aangezien er tot op heden amper wetenschappelijk onderzoek is verricht naar *meet-and-greets*, is dit onderzoek noodzakelijk exploratief van aard. Hierbij wordt een fenomenologische benadering gehanteerd. Het gaat ons niet zozeer om het achterhalen van feitelijke gebeurtenissen, als wel om het doorgronden van de mogelijke betekenissen die deze gebeurtenissen hebben voor de verschillende betrokken individuen en groepen (Kvale & Brinkmann, 2008). Zoals vermeld hebben wij gekozen voor een onderzoek naar *meet-and-greets* met Marco Borsato, omdat deze zanger in Nederland en Vlaanderen de meeste bekendheid geniet en een rijke schare aan fans heeft. Borsato vormt in die zin een casus met '*high potentiality*' – een gebruikelijk selectie criterium voor exploratieve studies (Yin, 2003).

Het onderzoek is kwalitatief-empirisch van aard en gebaseerd op een combinatie van methoden: kwalitatieve interviews en participerende observaties. Ten eerste zijn in totaal vijftien fans van Marco Borsato geïnterviewd. Deze fans werden benaderd door middel van een oproep via de fanclub van de desbetreffende zanger; iedereen die reageerde en minimaal één keer in zijn leven een *meet-and-greet* had bijgewoond, werd geïnterviewd. Op één na waren alle respondenten vrouwen, doorgaans van middelbare leeftijd en met een lagere of middelbare beroepsopleiding. De interviews waren semigestructureerd van opzet. Er werd gewerkt met een *topic list*, maar deze werd niet dwingend opgelegd, zodat de respondent de mogelijkheid had om ook eigen onderwerpen aan te dragen (Bryman, 2004). Vragen die tijdens de inter-

views met de fans aan bod kwamen waren onder meer: waarom had men zich opgegeven voor de *meet-and-greet*, hoe was het om Borsato ‘in het echt’ te ontmoeten, hoe was het beeld van de celebrity veranderd door de *meet-and-greet*, en hoe keek men achteraf terug op deze ervaring? De interviews werden zo veel mogelijk in een vertrouwde omgeving afgelegd, waar mogelijk bij de fan thuis, en varieerden in lengte van vijftien tot honderdtwintig minuten.

Ten tweede is Nathalie Thielen, de fanmanager van Borsato, geïnterviewd. Dit interview was erop gericht om de organisatie achter de *meet-and-greet* te onderzoeken. Vragen die aan bod kwamen waren: waarom werden de *meet-and-greets* georganiseerd, welke rol en betekenis hadden de *meet-and-greets* binnen het bredere fanmanagement, hoe werden de bijeenkomsten precies opgezet, welke ervaringen hadden de fanmanagers opgedaan, en hoe werden de *meet-and-greets* op basis van deze ervaringen door de tijd heen aangepast?

In aanvulling op de interviews vond er participerende observatie plaats tijdens een aantal *meet-and-greets*. Deze observaties dienden met name om het rituele karakter van de *meet-and-greet* in kaart te brengen: welke handelingen werden verricht door welke actoren in welke volgorde? Tijdens de *meet-and-greets* hield de observant zich zo veel mogelijk op de achtergrond en werd een logboek bijgehouden om de gebeurtenissen en tijdreeksen bij te houden. Opvallende zaken werden teruggekoppeld tijdens de interviews.

Transcripten en observatierapporten zijn na afloop onderzocht, gecodeerd aan de hand van trefwoorden en integraal met elkaar vergeleken, waarbij getracht is om terugkerende patronen en variaties in de betekenisgeving van de *meet-and-greet* te achterhalen. Op basis van deze vergelijking onderscheiden wij drie dominante patronen: (1) de emotionele betrokkenheid bij de muziek van Marco Borsato wordt door zijn fans geprojecteerd op de persoon Marco Borsato; tijdens de *meet-and-greet* wordt deze projectie gevalideerd; (2) binnen de sociale hiërarchie van de fan-gemeenschap vormt toegang tot en contact met Borsato een exclusief en daardoor begeerd statussymbool; (3) in specifieke gevallen wordt aan de *meet-and-greet* helende krachten toegedicht. Deze drie patronen zullen in de volgende paragrafen nader worden geanalyseerd.

## Validatie

De waardering voor Marco Borsato begint bij zijn muziek. Zoals gezegd is Borsato een van de meest succesvolle Nederlandse muzikanten. Sinds zijn doorbraak in 1994, met de hit ‘Dromen zijn bedrog’, heeft hij geregeld een nieuw album uitgebracht, waarvan de hits – enkele uitzonderingen daargelaten – steeds bovenaan de hitlijsten prijken. Door de tijd heen heeft zich een trouwe schare fans ontwikkeld, die niet alleen zijn albums kopen, maar ook aanwezig zijn bij zijn concerten. Als hij drie dagen achter elkaar optreedt in een bepaalde zaal, is het voor veel van zijn fans niet ongebruikelijk om ook alle drie de concerten bij te wonen.

Voor sommige fans is het luisteren van zijn muziek zelfs een dagelijkse bezigheid geworden, ingebed in de routines van werk en huishouden:

*Hij heeft zó mooie nummers. Het is voor mij altijd de muziek. Ik draai zijn muziek elke dag. Als ik op mijn fiets stap heb ik mijn iPod op. Als ik een half uur pauze heb, ga ik altijd wandelen, met Marco op. Bij het terug naar huis lopen of fietsen, dan heb ik Marco op. Ja, ik hoor hem als ik met mijn hond ga wandelen in het veld. En ook als ik vrij heb, zet ik minstens een uur Marco op.*

- Chantal (44, secretaresse, Maastricht)

Wat verklaart de aantrekkingskracht van Borsato's werk? De geïnterviewde fans roemen met name de wijze waarop hij bepaalde emoties in muziek weet te vangen:

*Ik kan heel emotioneel worden door bepaalde teksten of liedjes die me dan heel erg raken. Of dat je zoiets hebt van: wat toevallig dat dit liedje nu toch op die cd staat, weet je wel? Dat je dat kan herleiden naar jezelf. Dat is wel heel bijzonder. (...) Er zit altijd wel een liedje tussen waarvan ik heb: pats boem! Die komt binnen! (...) Echt kippevel, dat kan je niet verklaren, dat is gewoon, ja...*

- Suzanne (40, beroep & woonplaats onbekend)

Fans herkennen de emoties waar Borsato over zingt en gebruiken zijn werk soms ook bewust om bepaalde emoties te versterken of juist te kalmeren:

*Ja, als ik verdrietig was dan zette ik lekker zijn muziek op en dan ging ik alleen nog maar harder huilen, zodat ik even kon ontladen. Of als er dan een vrolijk nummer kwam, dat ik dan weer eventjes helemaal lekker los ging, dat ik daardoor weer helemaal vrolijk werd.*

- Charlotte (27, medewerker kinderdagverblijf, Middelburg)

*Sommige nummers, dan denk ik echt van: nou ja, dat ligt heel dicht bij mij. En dan heb ik eigenlijk zoiets van: daar haal ik kracht uit. Als ik dan even in een dipje zit ofzo, om dan toch door te gaan... (...) Je hebt soms zoiets van eh... Ja, je mist op een gegeven moment dan toch wel iets. En dat vind ik dan in die muziek zeg maar terug.*

- Esther (25, beroep onbekend, Lettele)

Wat blijkt uit de voorgaande citaten is dat Borsato's muziek niet alleen een vorm van ontspanning biedt, maar voor fans ook een belangrijke rol kan spelen in hun *mood management*, bijvoorbeeld bij het verwerken van verdriet of bij eenzaamheid.

Deze emotionele betrokkenheid bij de muziek kweekt ook interesse naar de persoon van de zanger. Fans vragen zich af of de zanger wiens stem zo dichtbij lijkt en in wiens teksten zij hun eigen emoties zien weerspiegeld, in het 'echt' ook zo is. Op basis van Borsato's muziek hebben zij een warme en hechte band met de zanger opgebouwd, zo lijkt het wel. Maar de fans beseffen zelf ook goed, dat deze band in



eerste instantie parasociaal is: zij is niet gebaseerd op een wezenlijk contact, maar op projectie naar aanleiding van beelden uit de media en gedigitaliseerde muziek die de fans tot zich hebben genomen (Horton & Wohl, 1956, geciteerd in Ferris, 2001). De *meet-and-greets* vormen een ideale kans om deze parasociale relatie naar een hoger plan te tillen:

*Ik ben blij dat ik hem een paar keer heb mogen ontmoeten. Ik krijg dan in ieder geval gewoon het gevoel dat hij is zoals hij overkomt, dat het niet gespeeld is. Dat het dus gewoon écht is zoals hij is. En als je dat ziet op televisie, dat vind ik dan wel leuk om het verschil te zien. Dat er dan eigenlijk geen verschil is.*

- Kim (37, secretaresse, Julianadorp)

*Ik heb hem twee keer in het echt ontmoet. En ja, dat is de droom van iedere fan. Ja, waar je zo fan van bent, waar je altijd naartoe gaat, waar je voor je gevoel zo veel van weet. Hem gewoon een keer in het echt spreken. (...) Het was de mooiste dag van mijn leven (...) Ik had het gevoel dat ik hem al heel lang kende. Maar dat zal wel niet, want je kent natuurlijk alleen wat hij naar buiten brengt. Maar voor mijn gevoel kende ik hem. Het was ook gewoon dé Marco die ik zag, net zoals ik hem ook van tv kende. (...) Als je er dan achter komt dat er ook echt een leuke, warme man achter die persoon zit dan is dat extra leuk.*

- Kelly (21, verpleegkundige, Uithoorn)

*Dan sta je met hem te praten of het gewoon een vriend is en even later denk je: wat? Dat was Marco Borsato! Als je hem op televisie ziet dan is het in een keer een heel ander mens ofzo, zo lijkt het dan. (...) Dat er een televisiescherm tussen zit ofzo, ik weet het niet...*

- Denise (31, medewerker kinderdagverblijf, Koudekerke)

Fans als Kelly en Denise grijpen de *meet-and-greet* aan om hun beeld van Marco Borsato te valideren. Ze willen controleren of hij 'in het echt' ook over de emotionele rijkheid en de oprechtheid beschikt die in zijn liedjes tot uitdrukking komen. Dat de *meet-and-greet* slechts een specifieke sociale situatie is met een sterk ritueel karakter – een *staged authenticity* – doet daar voor de fans weinig aan af. Zij vertrouwen erop dat een ongemedieerde ontmoeting, oog in oog met Borsato, voldoende is om te controleren of 'Marco in het echt' dezelfde persoon is als 'Marco op televisie' (cf. Ferris, 2001: 28).

Welk beeld van Borsato willen zij dan precies valideren? Wie is 'de echte Marco'? In gesprekken met fans valt één ding meteen op: iedereen noemt Borsato bij de voornaam. De gesprekken gaan stevast over 'Marco', en niet over 'Marco Borsato', 'meneer Borsato' of kortweg 'Borsato', laat staan dat het gesprek over zijn band gaat. Deze spreekvorm is typerend voor de wijze waarop fans zich meer in het algemeen verhouden tot Borsato en zijn muziek. Borsato wordt niet gezien als de spreekwoordelijke ster, die ver af staat van het alledaagse leven, maar juist als heel 'benader-

baar' en 'dichtbij'. Hij is, om een populaire Nederlandse uitdrukking te gebruiken, 'heel gewoon gebleven':

*Buiten zijn goede muziek en zijn leuke verschijning is hij ook heel toegankelijk tot zijn fans, hij staat gewoon heel dichtbij. Hij is goed te bereiken. (...) Hij is gewoon lekker normaal, gewoon zoals jij en ik.*

- Kelly (21, verpleegkundige, Hoorn)

*Hij is heel gewoon, heel nuchter. Hij is gewoon heel aardig.*

- Suzanne (40, beroep & woonplaats onbekend)

*Het is gewoon een mens. Ja toch? Hij gaat ook naar de wc, hij gaat ook onder de douche. Maar dat vergeet je omdat hij een bekend persoon is. Dat je dan denkt van oh jee, een bekend persoon.*

- Joyce (48, werkloos, Leidschendam)

*Hij blijft met beide beentjes op de grond staan en dat maakt hem uniek.*

- Kees (leeftijd onbekend, brandweerman, Kerkrade)

Fans spreken over Borsato alsof hij 'een van ons' is – een vriend, geliefde, vader of goede bekende, die dicht bij 'de gewone mens' staat. Die beeldvorming wordt ook bevestigd tijdens de *meet-and-greets*. Fans die aan een dergelijke ontmoeting hebben meegedaan, roemen het optreden van Borsato: hoe vriendelijk en toegankelijk hij was, hoe hij het ijs brak door een paar grapjes te maken of hoe hij geïnteresseerd informeerde naar het wel en wee van zijn fans (cf. Chow & De Kloet, 2007).

De parasociale relatie tussen fan en artiest wordt tijdens de *meet-and-greet* niet alleen gevalideerd, maar ook ten dele omgebogen tot een 'echte' wederzijdse relatie. Althans, dat is wat veel fans ambiëren. De respondenten blijken zeer veel waarde te hechten aan het feit dat zij niet alleen Marco hebben ontmoet, maar dat Marco ook hén heeft ontmoet. Deze wederkerigheid vormt in zekere zin een vervolmaking van de parasociale relatie. Borsato lijkt zich hier terdege bewust van te zijn, want hij doet ook duidelijk moeite om de verschillende fans bij naam en gezicht te onthouden, evenals hun persoonlijke levensverhalen, zo blijkt uit diverse interviewfragmenten:

*De aandacht die hij geeft aan fans die vaak bij concerten komen, is speciaal. Die geeft hij een blik van herkenning. En ook als je hem tegenkomt, zeg maar, dan heeft hij ook echt interesse in je leven. (...) Naderhand kom je hem weer tegen en dan is het zo van 'hoe is het nu afgelopen en hoe is het er nu mee?' (...) Na die eerste ontmoeting heeft-ie me ook elke keer herkend in het publiek en dan liet hij gewoon weten, door een aai op je rug of door je gedag te zeggen, dat-ie je herkende...*

- Kelly (21, verpleegkundige, Uithoorn)

*Zo iemand die altijd zo helemaal op grote afstand is en die jij dan wel kent van televisie, die herkent jou dan ook. Dat is wel héél erg leuk.*

- Denise (31, medewerker kinderdagverblijf, Koudekerke)

*Bij mij is het zo dat als er een concert is geweest, dat ik niet meer naar Marco toe hoeft te gaan, maar dat hij dan naar mij toekomt. Dat hij zegt van: 'He Tal, hoe is het?' Dat is heel bijzonder. Dat hij alleen al weet wie je bent, wat je naam is, dat hij op je afkomt... (...) Dat hij altijd wel een knipoogje of een blik of een lach heeft...*

- Chantal (44, secretaresse, Maastricht)

Fans als Kelly, Denise en Chantal hechten een grote waarde aan dergelijke momenten van herkenning, waarbij de eenzijdigheid van de fan-idoolrelatie voor even een zekere wederkerigheid aanneemt. Een vergelijkbare wens werd in een eerdere studie ook gesignaleerd onder Amerikaanse fans (Ferris, 2001: 44). Het is de vraag waar deze hang naar herkenning onder fans precies uit bestaat. Willen zij daadwerkelijk een wederzijds contact met de persoon Marco Borsato, of vormt Borsato slechts een middel, en zijn de fans eigenlijk op zoek naar contact met hetgeen waar Borsato en zijn muziek een klankbord voor vormen – hun eigen innerlijke wereld?

## Exclusiviteit

Wat de ontmoeting met Marco Borsato voor fans extra speciaal maakt, is dat hij niet alleen hún idool is, maar tevens het idool van duizenden en duizenden andere fans. De gedachte dat de ontmoeting een exclusieve aangelegenheid vormt en dat zij ervaren wat veel andere fans ook zouden willen ervaren, versterkt het plezier dat men eraan beleeft:

*Dus dat was een ontzettend leuke dag en vooral omdat je weet dat iedereen dat heel erg graag zou willen. En dat het zo bijzonder was dat maakt ook dat ik er zo zenuwachtig over was.*

- Denise (31, medewerker kinderdagverblijf, Koudekerke)

*Het is natuurlijk wel heel bijzonder als een man die zo bekend en beroemd is jou speciale aandacht geeft. Ik moet dan gewoon even diep ademhalen en denken, waarom? Ja, dat snap ik nog steeds niet, maar dat accepteer ik dan gewoon.*

- Chantal (44, secretaresse, Maastricht)

*Je kijkt je ogen uit! En dan staat Marco daar en dan is dat gewoon heel bijzonder. Dan denk je van: oh, dit zullen er wel een hele hoop willen.*

- Kim (37, secretaresse, Julianadorp)

*Als ik hem na [een optreden in het] Sportpaleis of Gelredome zie, dan sta ik weer na het concert even met hem te knuffelen en dan denk ik wel van: dit is de man waar net tientallen duizenden mensen voor stonden te gillen. Dat beseft je dan wel.*

- Lisa (46, medewerker van een bank, Oss)

Feitelijk hebben we hier te maken met een voorbeeld van wat de Franse filosoof René Girard verstaat onder 'mimese': nabootsing als onderdeel van het menselijk gedrag en de menselijke verlangens. Volgens Girard wordt de menselijke begeerte mede gestuurd door de sociale omgeving. Mensen begeren het meest datgene wat door anderen begeerd wordt. Door deze gedeelde begeerte ontstaat er onder groepen mensen automatisch strijd om het object van de begeerte, aldus Girard, gevolgd door een tijdelijke rangorde (Van Beek, 1988).

Ook de fans van Borsato vormen een hechte groep. Ze reizen samen op naar de concertzalen, delen hotelkamers, gaan samen uit eten en hebben met elkaar contact via de vele fansites op internet – de zogenaamde 'Borsato-logjes'. Het gedeelde object van begeerte is uiteraard Borsato zelf. Hij vormt de vleesgeworden personificatie van zijn muziek en van de emoties die de fans in zijn muziek weerspiegeld zien. Borsato vormt het middelpunt van zijn fangemeenschap. Toegang tot en contact met Borsato vormt dan ook een exclusief en begeerd statussymbool, dat bepalend is voor iemands positie binnen de fangemeenschap.<sup>2</sup> Jaloezie en jijd kijken hierbij al snel om de hoek:

*Ik heb ook al meegemaakt dat ik met andere fans van Marco was en dat Marco mij dan heel veel aandacht gaf en lieve dingen zei en dat we dan terug naar de auto liepen, en dat ik dan twee of drie huilende mensen bij me had die geen aandacht hadden gekregen.*

- Chantal (44, secretaresse, Maastricht)

Het idee dat een ontmoeting met Marco Borsato speciaal en exclusief is, wordt onderstreept door de rituele opzet van de *meet-and-greet*. Doorgaans vindt de ontmoeting plaats in ruimtes waar fans onder normale omstandigheden geen toegang toe hebben. Ze worden letterlijk *backstage* genomen. Na het passeren van de beveiliging worden instructies uitgedeeld en krijgen de fans een plaats toegewezen. 'Zo meteen zal Marco verschijnen', zo wordt hen verteld. Nathalie Thielen, de fanmanager van Borsato, zegt hierover:

*Ik zeg dan van: 'jongens, hij is er zo!' Je wilt toch laten weten hoe bijzonder het is. Zo van: jullie staan nu hier met zijn achten, en dadelijk [bij het concert] zijn er 35.000 mensen. Ik wil dat ze beseffen hoe bijzonder het is. En meestal beseffen ze dat ook wel, maar ik vind het leuk om dat te prikkelen.*

- Nathalie Thielen (42, fanmanager Marco Borsato, Almere)

Het is de vraag of het echt nodig is om de spanning te verhogen, aangezien de meeste deelnemers aan een *meet-and-greet* uit zichzelf al behoorlijk wat spanning ervaren:

*Dat was de eerste keer dat ik hem in het echt ontmoette. Dat was wel heel bijzonder. Maar in het begin ook doodeng. Dat je denkt: oeh, daar is hij. Ik was wel al naar concerten geweest enzo, maar dat is toch op een afstand.*

- Kim (37, secretaresse, Julianadorp)

Bij Chantal was er zelfs sprake van een zekere angst dat de *meet-and-greet* een ontluisterend beeld zou scheppen van haar idool en dat haar emotionele investering in de muziek en de fangemeenschap op losse schroeven zou komen te staan:

*Eigenlijk wilde ik hem niet ontmoeten. Ik was bang dat ik hem niet aardig zou vinden en dan zou mijn hele fan-zijn voor mij gewoon... een deuk oplopen. Ik weet het niet. Ik wilde hem niet ontmoeten. Ik was bang. Hij leek me aardig, hij leek me lief en zijn muziek was alles voor me. Dus dat ik daar... Dat ik hem misschien niet leuk zou vinden dat maakte me erg, heel erg angstig.*

- Chantal (44, secretaresse, Maastricht)

Fans als Chantal zijn zich ervan bewust dat de ontmoeting ook verkeerd kan aflopen en dat daarmee dan feitelijk het einde zou worden ingeluid van een bezigheid die lange tijd plezier en geluk heeft geschonken.

In de praktijk is de uitkomst echter bijna altijd positief. Voor alle fans die geïnterviewd zijn voor dit onderzoek vormde de *meet-and-greet* met Borsato een waardevolle ervaring, die het beeld dat zij hadden van de artiest bevestigde of zelfs versterkte, een ervaring waaraan in sommige gevallen zelfs ‘helende’ krachten werden toegedicht.

## Heling

Omgaan met pijn en verdriet speelt een grote rol in de muziek van Borsato. Een typerend voorbeeld daarvan is zijn prominente aanwezigheid in de ‘Dela Top 50’ – een overzicht van naar verluid de meest gedraaide muziek tijdens Nederlandse uitvaarten. Borsato wordt op deze lijst alleen voorbijgestreefd door de *all time favorite* ‘Time to say Goodbye’, vertolkt door Andrea Bocelli en Sarah Brightman. Op nummer 2 prijkt Borsato met ‘Het Water’, drie posities later volgt zijn hit ‘Afscheid nemen bestaat niet’.<sup>3</sup>

Ook veel van zijn andere liedjes gaan over de vraag hoe je als mens om moet gaan met de tegenslagen van het leven. Hierbij wordt een zwartgallige toon stelselmatig vermeden; Borsato benadrukt in zijn muziek liever de wilskracht en liefde die mensen juist op dergelijke momenten in verhevigde vorm kunnen meemaken en

die soms ook nodig zijn om dergelijke periodes te doorstaan. In die zin vormt 'heling' – het hervinden van levenskracht na een periode van psychische of fysieke beproeving – een van de centrale thema's in Borsato's oeuvre.

Deze relatie tussen muziek en heling is niet uniek voor Borsato. In de musicologie en psychologie is al langer bekend dat het maken en beluisteren van muziek een therapeutische waarde kan hebben (Aasgaard, 2006; DeNora, 2000; Edwards, 2007; Ruud, 1997). Muziek is in staat mensen van gemoedstoestand te laten wisselen en te laten kalmeren. Het kan de ontevredenheid van de luisteraar ombuigen naar tevredenheid (Podolsky, 1953).

Ook over de rol die de muzikant hierbij inneemt zijn meerdere studies verschenen. Belangrijk in het kader van dit onderzoek is met name het werk van de Britse socioloog Chris Rojek. Een van Rojeks stellingen is dat sacraliteit een universeel gegeven is: in alle samenlevingen worden bepaalde objecten, plaatsen of personen als sacraal gezien. In seculiere samenlevingen als de onze, aldus Rojek, wordt sacraliteit echter niet langer geassocieerd met een officiële religie, maar met celebrities uit de media: *'In secular society, the sacred (...) becomes attached to mass-media celebrities who become objects of cult worship. Magic is often associated with celebrities, and powers of healing and second sight are frequently attributed to them'* (Rojek, 2001: 53). Rojek gaat onder meer in op de magische kwaliteiten die aan dode celebrities wordt toegekend, zoals de wederopstanding van Elvis Presley en aan de bedevaarten naar zijn graf in Graceland. Daarnaast wijst hij op de fysieke aantrekkingskracht die levende celebrities uitoefenen: wanneer celebrities zich in het openbaar begeven, hebben veel mensen de behoefte om hen letterlijk aan te raken. Wellicht dat hun sacrale uitstraling daar een rol bij speelt, zo redeneert Rojek. Hij beschrijft dit als het 'Saint Thomas-effect'. Net zoals Thomas pas geloofde in de wederopstanding van Jezus Christus nadat hij diens wonden zelf had aangeraakt, zo vertonen fans volgens Rojek een sterke drang om celebrities persoonlijk aan te raken en fysieke bewijzen te verzamelen van hun aards bestaan (Rojek, 2001: 62).

Aan aanraking met sacrale personen wordt al sinds mensenheugenis een magische en helende kracht toegedicht, zo blijkt ook uit een recente studie naar de geschiedenis van de *'healing touch'*. Vanaf de rituele aanrakingen door charismatische leiders als Jezus Christus en Boeddha (en hun volgelingen) tot aan de handopleggingen van koninklijke families en hun zevende zonen in premodern Europa: aan fysiek contact met hooggeplaatste of charismatische personen worden door grote groepen mensen magische krachten toegeschreven (Classen, 2005).

Diverse elementen uit de theorie over celebritycultuur (Rojek, 2001) en de geschiedenis van de *healing touch* (Classen, 2005) keren terug bij de *meet-and-greets* met Marco Borsato. Wat allereerst opvalt, is dat de fans die worden uitgenodigd voor een *meet-and-greet* vaak mensen zijn die iets vervelends hebben meegemaakt. Fan-manager Nathalie Thielen krijgt maandelijks honderden e-mails en brieven van fans binnen, met daarin het verzoek om Borsato te ontmoeten, of waarin Borsato simpelweg wordt bedankt omdat hij de brievenschrijver met zijn muziek door een moeilijk periode heen heeft geholpen. In sommige gevallen besluit Thielen om de betref-

fende fans daadwerkelijk uit te nodigen voor een *meet-and-greet*. Wanneer dat om logistieke redenen niet mogelijk is, wil het wel eens voorkomen dat Thielen de fan thuis of in het ziekenhuis bezoekt, uiteraard in gezelschap van Borsato. Zo schreef Daniëlle een brief over het ziekbed van haar dochter – een van de slachtoffers van de aanslag op Koninginnedag 2009 in Apeldoorn – waarop zij het volgende telefoontje kreeg:

*Donderdag ging de telefoon. Ik neem op, nummer onbekend, en het was Nathalie en die zegt: god ja, Marco wil eigenlijk wel langskomen in het ziekenhuis. Nou, ik heb mijn telefoon dus echt letterlijk en figuurlijk uit mijn handen laten vallen. (...) Dat gevoel wat dat op zo'n moment bij je los brengt is onvoorstelbaar. (...) Je vraagt om een kaartje en daarvoor in de plaats komt hij! (...) Senna lag alleen op een kamer en we hadden de deur dichtgedaan. En toen klopte er iemand en deed de deur open en die zegt: 'Hé Senna!' En dat kind kijkt... Ohh, Marco! Nou, je zag dat gezichtje gewoon, ja, ze was helemaal overdonderd. En daar sta je dan als moeder zijnde gewoon met tranen in je ogen. (...) En dan komt-ie binnen en geeft iedereen een hand, begint te praten en hij was er echt voor haar en met haar bezig. Heel die tijd handje vast, knuffelen... Ja, dat was gewoon geweldig.*

- Daniëlle (leeftijd & beroep onbekend, Tilburg)

De komst van Borsato wordt door Daniëlle gezien als een spreekwoordelijk geschenk uit de hemel en een waardevolle mentale bijdrage aan het herstel van haar dochter. Een vergelijkbare ervaring had Suzanne:

*[Mijn vriendin Kim] zat midden in de chemo's en zat natuurlijk als een zombie op de bank. En toen zag ze op een keer in de straat een zwarte Porsche stoppen. Ze denkt van... Nathalie? En toen zag ze Marco uitstappen. Hij heeft daar anderhalf uur gezeten, hartstikke gezellig. Gewoon. Niet het gevoel van: er zit nu een popster op de bank. Ook met haar kinderen op de foto, gezellig gepraat. Hij was zelfs geëmotioneerd en haar maar vasthouden weet je wel, steeds weer een knuffel geven. Dat was heel bijzonder. (...) Dat ze je dan belt van 'je raadt nooit wie hier net is geweest', weet je wel. Ja, dat is gewoon heel leuk. Toen zei ze: 'in mijn gewone huurwoning'. Ik zeg, dat maakt hem ook niet uit. Hij komt natuurlijk ook uit een heel gewoon nest vroeger.*

- Suzanne (40, beroep & woonplaats onbekend)

Opvallend aan Suzanne's beschrijving is de paradoxale relatie tot Borsato, die in een eerdere paragraaf ook al werd opgemerkt onder andere fans: enerzijds wordt Borsato gezien als een belangrijk en uniek persoon – een beroemde popster die aan komt rijden in een Porsche en enigszins *out of place* is in een huurwoning. Anderzijds wordt Borsato gezien als 'een gewone jongen uit Alkmaar', die in de alledaagse omgang juist heel 'normaal' en 'gewoon' is, en zich niet te veel voelt om een uur lang op de bank bij een zieke fan plaats te nemen, met een kopje koffie en een enkel

koekje – als sprekend symbool van Hollandse bescheidenheid (cf. Chow & De Kloet, 2008).

Wat tot slot opvalt in de voorgaande citaten, is het belang dat wordt gehecht aan fysieke aanraking. Wat terugkeert in alle interviews, is hoe prettig de fans het vinden dat Borsato niet alleen met hen praat, maar hen ook een zoen geeft, omarmt en – zoals de fans het zelf omschrijven – met hen ‘knuffelt’. Nabijheid is niet voldoende, het gaat om concreet fysiek contact. Een vast onderdeel van de *meet-and-greets* zijn dan ook de aanrakingen: een aai over de schouder, een arm om een middel of een paar dikke zoenen – het zijn elementen die in elk interview terugkeren en die de fans ook zeer waarderen. Dit knuffelgedrag wordt toegeschreven aan Borsato's Italiaanse afkomst, waarbij fans een tegenstelling constateren met hun eigen, zelfbenoemde ‘nuchtere inborst’. Borsato's knuffelen bevestigt voor de fans zijn imago als een warme, emotioneel rijke man, of zoals een van zijn fans het verwoordt: ‘Marco is een echt mens-mens’.

Opnieuw kan een parallel worden getrokken met het werk van Rojek. Rojek (2001) stelt dat aanrakingen met celebrities voor ‘gewone’ mensen een bijna magische betekenis kunnen aannemen. Celebrities zijn immers de belichaming van sacraliteit. Voor fans van Borsato die aan een *meet-and-greet* deelnemen, zeker wanneer zij zelf of in de familie een vervelende ziekte hebben meegemaakt, lijkt hetzelfde te spelen. De ervaring is pas ‘echt’ en vervolmaakt als er fysiek contact is gemaakt – als zij Marco hebben ontmoet voorbij de wereld van woorden en beelden.

## Conclusie

In dit artikel is onderzocht welke betekenis fans van Marco Borsato verlenen aan een *meet-and-greet* met hun idool. Op basis van vijftien interviews en participerende observaties tijdens een serie ontmoetingen kan worden geconcludeerd dat de *meet-and-greets* voor de onderzochte fans een bijzondere en betekenisvolle ervaring vormen. Hierbij zijn drie terugkerende patronen te herkennen.

Ten eerste vormt de *meet-and-greet* een middel om de emotionele betrokkenheid bij de muziek en persoon van Borsato te valideren en te verrijken. De fans geven aan dat zij zich sterk betrokken voelen bij de muziek van Borsato. Ze herkennen de emoties waar Borsato over zingt en gebruiken zijn liedjes niet alleen voor ontspanning, maar ook om bepaalde gemoedstoestanden te versterken of een emotionele ervaring te verwerken. Borsato's muziek neemt zeggezegd een belangrijke rol in bij hun alledaagse *mood management*. Deze emotionele betrokkenheid bij de muziek wordt geprojecteerd op de persoon Borsato. Hoewel de teksten niet door Borsato zelf geschreven zijn, verwachten zijn fans dat Borsato de gevoelens waar hij over zingt ook zelf heeft ervaren en dat hij stellig een emotioneel rijke man moet zijn. Naarmate de waardering voor zijn muziek en persoon verder groeit, ontstaat onder fans de behoefte om deze beeldvorming van Borsato te toetsen aan de ‘echte’ Borsato. Fans verwachten dat de *meet-and-greet* daarin kan voorzien. De parasociale rela-



tie wordt tijdens de ontmoeting als het ware gevalideerd en verrijkt met een eigen, ongemedieerde ervaring van de mens achter de muziek. Wat hierbij een belangrijke rol speelt, is de vermeende wederkerigheid van de relatie: kleine tekenen van herkenning die Borsato bij volgende ontmoetingen afgeeft.

Ten tweede is duidelijk geworden dat de *meet-and-greet* een gewild statussymbool vormt onder de fans. Hoewel de mate van betrokkenheid sterk varieert, beschouwen alle geïnterviewden zich niet als individuele fans, maar als onderdeel van een grotere *fan community*. Ze reizen samen, spreken elkaar meerdere keren per jaar, hebben contact via de Borsato-weblogs en worden soms ook hechte vrienden. Dergelijk onderling contact tussen fans versterkt de gedeelde interesse. Naarmate de fangemeenschap vastere vormen aanneemt, ontstaat ook een zekere hiërarchie. Binnen deze hiërarchie vormt toegang tot en contact met Borsato het hoogste goed. De *meet-and-greet* biedt hiertoe een uitgelezen kans: men kan het gedeelde idool ontmoeten, persoonlijke ervaringen opdoen over hoe hij 'echt' is en deze ervaringen vervolgens in de vorm van foto's en verhalen delen met de medefans.

Ten derde kan de *meet-and-greet* een belangrijke rol vervullen in processen van heling. Hoewel niet exclusief zijn de meeste *meet-and-greets* vooral bestemd voor en gewild onder fans die een moeilijke ervaring hebben meegemaakt. Zaken die genoemd werden tijdens de interviews waren kinderen met ongeneeslijke ziektes, langlopende relaties die beëindigd waren of fans die te maken kregen met de dood van een echtgenoot of ouder. Bij het verwerken van dergelijke vormen van rouw en verdriet speelde de muziek van Borsato een grote rol. Wanneer het dan ook nog eens mogelijk wordt om de zanger wiens stem op die donkere momenten zo belangrijk was, zelf te ontmoeten, kunnen fans daar een bijzondere kracht aan ontlelen. De fysieke aanraking van Borsato geeft hen het gevoel dat ze niet alleen zijn, maar dat de emoties die zij zelf hebben gevoeld maar vaak niet konden verwoorden of delen, nu wel hun plaats vinden – zich letterlijk materialiseren in een man van vlees en bloed.

Een vraag die resteert, is hoe representatief deze ontmoetingen met Marco Borsato zijn voor het fenomeen van de *meet-and-greet* in het algemeen. Enerzijds lijken de resultaten uit dit onderzoek sterk gerelateerd te zijn aan het specifieke profiel van Borsato en zijn fangroep. Zo is het opvallend dat de *meet-and-greets* met Borsato gespeend zijn van sterallures; zijn fans waarderen het feit dat Borsato zo 'gewoon' en 'gezellig' gebleven is, ondanks zijn succesvolle carrière als muzikant. Deze nadruk op de gewoonheid en alledaagsheid van een celebrity ('hij moet ook gewoon naar de wc!'), lijkt veel minder gebruikelijk onder bijvoorbeeld fans van celebrities uit Amerika (Gamson, 1994; Ferris, 2001, 2004) of Azië (Chow & De Kloet, 2008). Daarnaast heeft Borsato een fangroep met een typisch sociaal profiel: vrouwen van middelbare leeftijd. Het is de vraag of het delen van emotionele verhalen over ziekte, dood en familieproblemen net zo veelvuldig voorkomen onder andere publieksgroepen.

Anderzijds zijn er ook een aantal overeenkomsten waargenomen met de spaarzame eerdere studies naar ontmoetingen tussen fans en celebrities. Zo bleek de

behoefte om de bestaande parasociale relatie te valideren en te verrijken, ook voor te komen onder Amerikaanse fans (Ferris, 2001: 44). Dergelijke overeenkomsten lijken te wijzen op een meer algemeen patroon. Om deze patronen en onderlinge variaties in kaart te brengen, zou in de toekomst een internationaal vergelijkend onderzoek ondernomen moeten worden, waarbij *meet-and-greets* met diverse celebrities uit verschillende sectoren van de samenleving (muziek, film, politiek) vergeleken worden.

Wat dit artikel onder de aandacht heeft gebracht, is het belang dat fans en andere publieksgroepen in diverse contexten hechten aan een persoonlijke ontmoeting met hun idool. Dat de celebrity en zijn fanmanager mogelijk andere belangen hebben bij een dergelijke ontmoeting, waaronder bijvoorbeeld commercieel gewin, doet daar voor de fans weinig aan af. Voor hen vormt de ontmoeting met de celebrity een middel om meer persoonlijke of groepsgebonden belangen te vervullen. In die zin onderstreept deze studie het belang van een multi-actorbenadering, waarbij culturele fenomenen als de *meet-and-greet* niet geïnterpreteerd worden op basis van één perspectief, maar waarbij de belangen van bijvoorbeeld celebrities, mediaorganisaties en fans integraal met elkaar worden vergeleken. In bovengenoemde suggestie voor een internationale vergelijking zou dan ook expliciet het perspectief van de celebrity en zijn PR-management meegewogen moeten worden, naast dat van de fans.

Dit onderzoek richtte zich specifiek op *meet-and-greets*. De drang naar het tastbaar maken van het niet-tastbare lijkt echter een grotere reikwijdte te hebben in de hedendaagse samenleving. Denk bijvoorbeeld aan de graven van celebrities, die op hun fans een sterke aantrekkingskracht kunnen uitoefenen. Memorabele voorbeelden hiervan zijn het graf van Jim Morrison in het Parijse Père-Lachaise of het praalgraf van Elvis Presley in Graceland. Het graf van Elvis trekt jaarlijks meer dan een half miljoen bezoekers en werd enkele jaren geleden zelfs uitgeroepen tot *national landmark*. Waren dergelijke celebrities tijdens hun leven welhaast onbereikbaar, nu kunnen fans op slechts zes voet afstand van hun held verkeren. Een ander voorbeeld is de levendige ruilhandel in kleding, gebruiksvoorwerpen en zelfs afval van celebrities op websites als Ebay.com (de uitgespuwde kauwgum van Britney Spears voor bedragen tot 14.000 dollar). En soms zijn het niet de personen, maar de plaatsen uit de media die een sterke aantrekkingskracht uitoefenen op de fans: diverse film- en televisielocaties zijn in de laatste jaren uitgegroeid tot toeristische trekpleisters (Reijnders, 2011).

In die zin lijkt er sprake te zijn van een breed gedragen behoefte aan *nabijheid*: mensen willen de verhalen en sterren waarmee zij zijn opgegroeid letterlijk dichtbij zich hebben. Gesteld zou kunnen worden dat deze behoefte aan *nabijheid* impliciet een gevoel van *afstand* verraaft – een gapende kloof tussen wat ervaren wordt als de wereld in de media en de wereld daarbuiten. Naarmate de medialisering van onze wereld verder doorzet, zo lijkt het, krijgt de niet-gemedialiseerde ervaring meer en meer een uniek, zo niet magisch, karakter. Deze momenten van nabijheid – dichtbij Marco – worden gewaardeerd en gekoesterd, want zij bieden een ankerpunt voor het

alledaagse leven in een celebritiesamenleving, een ankerpunt voor *la condition humaine* onder de sterren.

## Literatuur

- Aasgaard, T. (red.) (2006). *Musikk og helse*. Oslo: J.W. Cappelen.
- Bryman, A. (2004). *Social Research Methods*. Oxford: University Press.
- Caughy, J.L. (1984). *Imaginary Social Worlds. A Cultural Approach*. Lincoln: University Press.
- Chartier, R. (1984). Culture as Appropriation: popular culture uses in early modern France. In: S.L. Kaplan (red.), *Understanding popular culture. Europe from the Middle Ages to the nineteenth century* (pp. 229-253). Berlijn: Mouton.
- Chow, Y.F. & De Kloet, J. (2008). The production of locality in global pop. A comparative study of pop fans in the Netherlands and Hong Kong. *Particip@tions. Journal of audience and reception studies* 5(2), pp. onbekend.
- Classen, C. (red.) (2005). *The book of touch*. Oxford: Berg.
- Couldry, N. (2003). *Media rituals. A critical approach*. Londen: Routledge.
- Couldry, N. (2008). Pilgrimage in mediaspace. Continuities and transformations. *Etnofoor* 20, 63-74.
- Couldry, N. & McCarthy, A. (red.) (2004). *MediaSpace: place, scale and culture in a media age*. Londen: Routledge.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- De Kloet, J. & Van Zoonen, L. (2007). Fan culture – performing difference. In: E. Devereux (red.), *Media studies: Key issues and debates* (pp. 322-342). Londen: Sage.
- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dyer, R. (1987). *Heavenly bodies: film stars and society*. Basingstoke: Macmillan.
- Edwards, J. (red.) (2007). *Music: Promoting health and creating community in healthcare contexts*. Newcastle upon Tyne: CSP.
- Ferris, K.O. (2001). Through a glass, darkly: the dynamics of fan-celebrity encounters. *Symbolic interaction* 24(1), 25-47.
- Ferris, K.O. (2004). The moral orders of celebrity sightings. *Journal of contemporary ethnography* 33, 236-264.
- Ferris, K.O. (2010). The next big thing: Local celebrity. *Society* 47(5), 392-395.
- Gamson, J. (1994). *Claims to fame. Celebrity in contemporary America*. Berkeley: University of California Press.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic.
- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity. An enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge, MA: Blackwell, 1990.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Londen: Routledge.
- Holmes, S. (2005). 'Off-guard, unkempt, unready?' Deconstructing contemporary celebrity in *heat* magazine. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies* 19(1), 21-38.
- Holmes, S. & Redmond, S. (2006). *Framing celebrity. New directions in celebrity culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: television fans & participatory culture*. New York: Routledge.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2008). *Interviews. Learning the craft of qualitative research interviewing*. Londen: Sage.
- Marshall, P.D. (1997). *Celebrity and power: fame in contemporary culture*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Morley, D. (2001). Belongings. Place, space and identity in a mediated world. *European journal of cultural studies* 4(4), 425-448.
- Reijnders, S. (2011). *Places of the imagination. Media, tourism, culture*. Farnham: Ashgate.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. Londen: Reaktion Books.
- Ruud, E. (1997). Music and the quality of life. *Nordic Journal of Music Therapy* 6(2), 86-97.

- Sandvoss, C. (2005). *Fans: the mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Turner, V. (1967). *The forest of symbols*. Ithaca: Cornell University Press.
- Van Beek, W. (red.) (1988). *Mimese en geweld. Beschouwingen over het werk van René Girard*. Kampen: Kok Agora.
- Van den Bulck, H. & Van Gorp, H. (2011). Elderly fans, the media and the staged divorce of a schlager singer. *Popular communication* 9(3), 212-226.
- Van Zoonen, L. (2005). *Entertaining the citizen. When politics and popular culture converge*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Yin, R.K. (2003). *Case study research, design and methods*. Newbury Park: Sage.

## Noten

1 Alle citaten zijn, tenzij anders vermeld, afkomstig uit de interviewtranscripten. Deze transcripten zijn ter inzage bij de eerste auteur. Om anonimiteit te garanderen, zijn de namen van de respondenten gefingeerd. Voor de selectie van alter ego's is gebruik gemaakt van de Nederlandse Voornamenbank van het Meertens Instituut: <[www.meertens.knaw.nl/nvb](http://www.meertens.knaw.nl/nvb)> (gedownload op 21 september 2011). Dank gaat uit naar prof. dr. Hilde van den Bulck voor feedback op een eerdere versie van dit artikel.

2 Zie voor een overzicht van de 'Dela Top 50': <[http://muziek.dela.nl/uitvaart\\_top\\_50.html](http://muziek.dela.nl/uitvaart_top_50.html)> (gedownload op 20 juli 2011).

3 In de eerste studies naar fancultuur werden fangroepen vaak verheerlijkt als hechte en egalitaire gemeenschappen (e.g. Jenkins, 1992). Recentelijk is meer aandacht ontstaan voor machtsverhoudingen en hiërarchieën binnen fangemeenschappen (Hills, 2002: 46-64). De huidige studie naar Borsato-fans lijkt beide impressies te bevestigen: fans ervaren onderling een sterke verwantschap en vriendschap, maar kennen ook wel degelijk een sterke hiërarchie, met alle mogelijke spanningen en conflicten die daar bij komen kijken.